

## Informalidad en el E-Commerce

### Cuarto Trimestre 2025

*Desde 2019, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) ha monitoreado la evolución de la informalidad digital a través de su Índice de Informalidad en el Comercio Electrónico. Esta medición busca dimensionar el peso de las transacciones informales en el e-commerce, identificar las categorías más expuestas y visibilizar las brechas regulatorias que siguen presentes en los canales digitales.*

La expansión del comercio electrónico ha generado nuevas oportunidades para los emprendedores y consumidores, pero también ha dado espacio a prácticas fuera del marco normativo, que afectan la competencia leal y reducen la recaudación fiscal. Este informe entrega los principales hallazgos del cuarto trimestre de 2025 y busca aportar con evidencia al diseño de políticas públicas más eficaces para abordar este fenómeno creciente.

### Principales resultados cuarto trimestre 2025

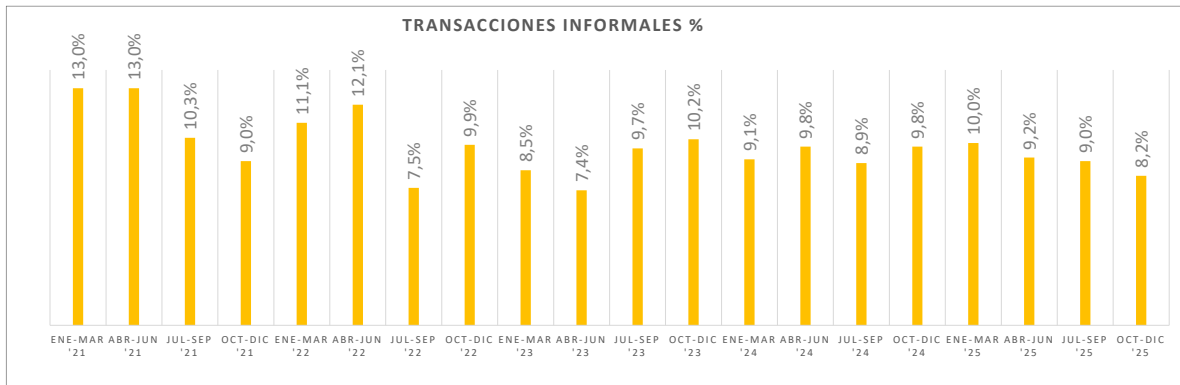
De las 7.800 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el cuarto trimestre del 2025, se determinó que un 73% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 66% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, superior a lo registrado en el tercer trimestre del 2025 (69% y 63%) respectivamente y levemente similar a igual periodo de 2024, donde un 70% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 65% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

## RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

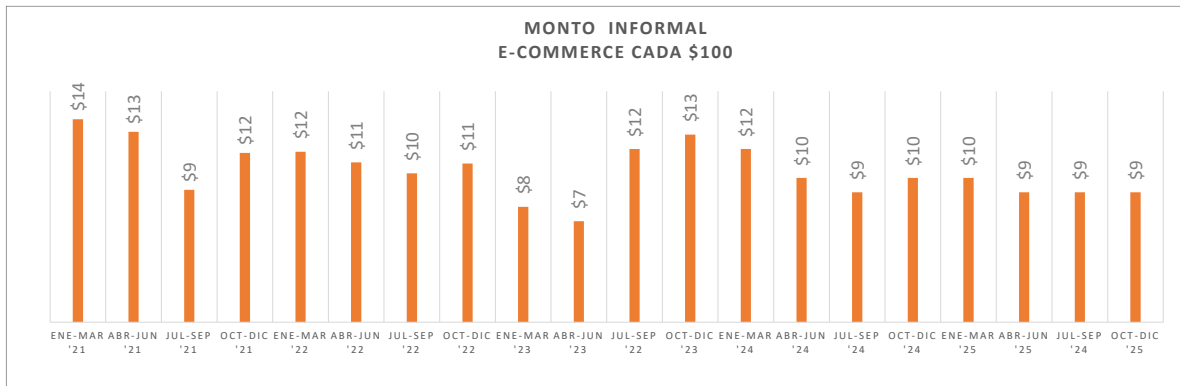
### Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el cuarto trimestre de 2025, un 8,2% se estima que fueron informales, marcando una tendencia levemente negativa durante el 2025. En cuanto al monto gastado, se proyecta que \$9 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, en línea con los períodos anteriores.

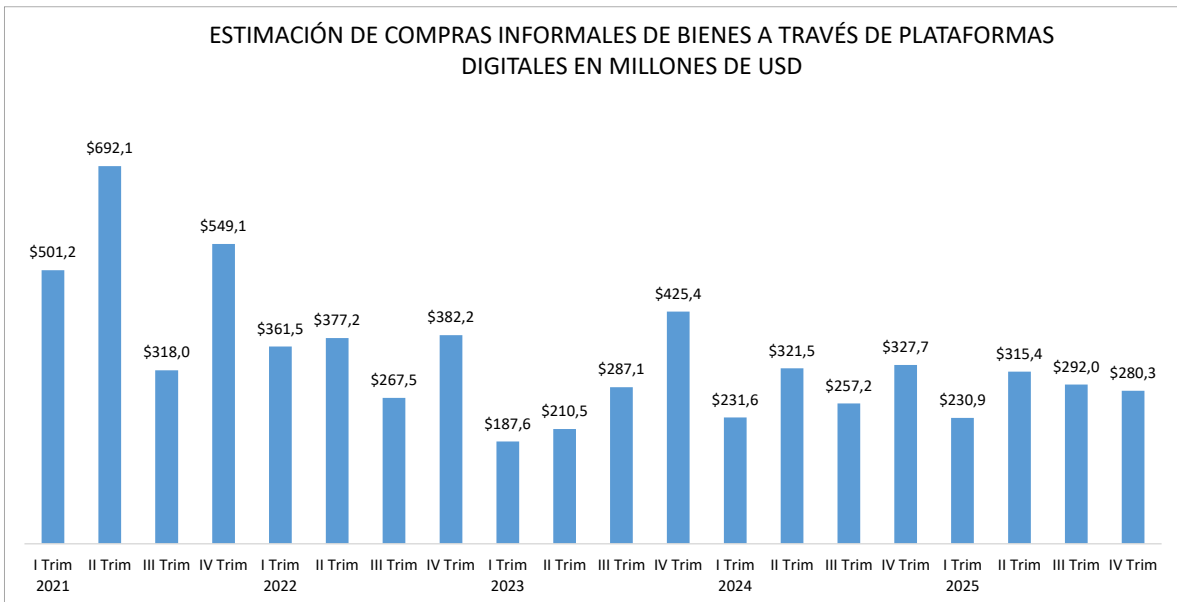
**De esta manera, en el cuarto trimestre de 2025 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$3.525 millones, 16% más que en 2024, de los cuales US\$280 millones fueron destinados a compras informales, en línea con lo reportado en igual trimestre de 2024 y acumulando entre enero y diciembre de 2025 compras informales por un monto US\$1.118,6 millones, 19% por sobre el 2024.**



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

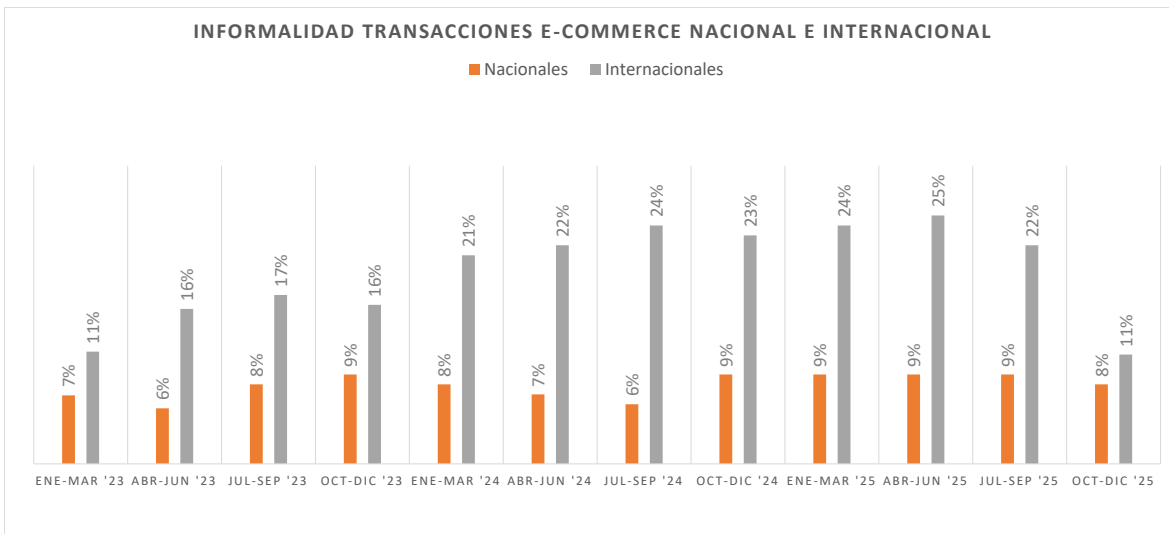
## **Informalidad Nacional versus Internacional**

Durante el cuarto trimestre de 2025, un 8% de las transacciones realizadas en plataformas nacionales se estimaron como informales, lo que representa 1 pp. por sobre igual trimestre de 2024 y 1 punto por debajo del trimestre previo. En el caso de las transacciones internacionales, que representaron un 16,7% del total, se estima que un 11% presentó algún grado de irregularidad en su ingreso, registrando una caída significativa respecto de períodos anteriores, asociada principalmente a la entrada en vigor, a fines de octubre, del cobro de IVA a las compras internacionales menores a US\$41, previamente exentas del impuesto. Este cambio normativo modificó sustantivamente los incentivos asociados a este tipo de comercio, reduciendo los espacios de evasión tributaria en el canal internacional.

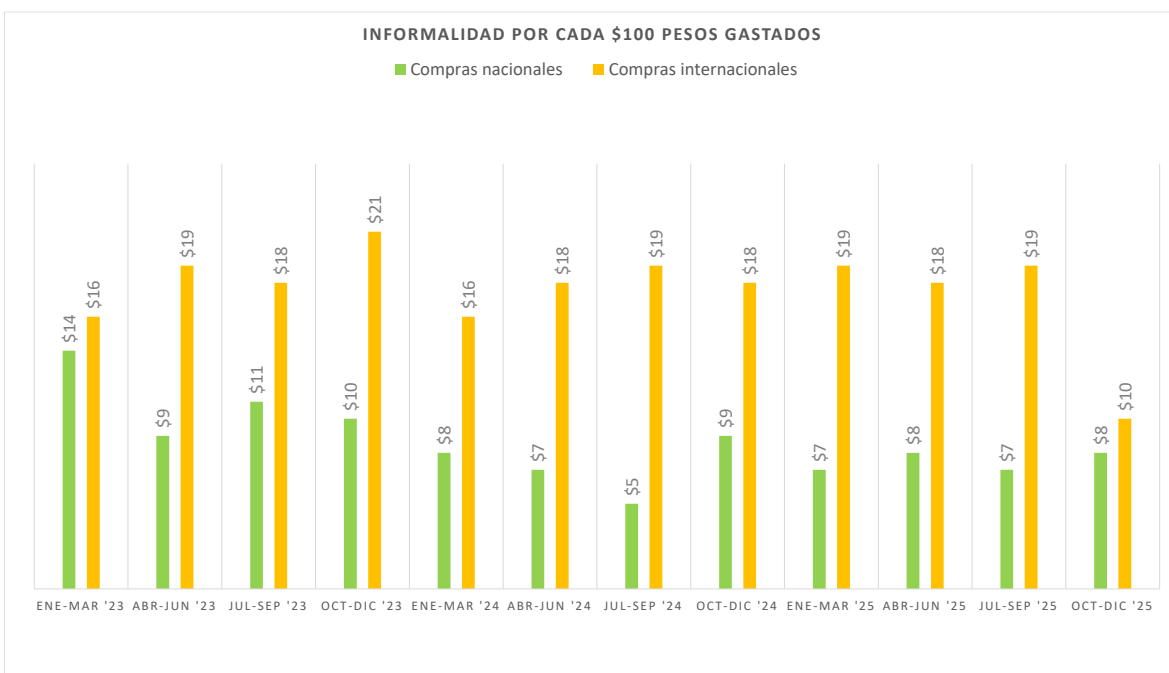
Por su parte, al analizar el gasto informal en canales digitales, se observa que entre octubre y diciembre de 2025 \$8 de cada \$100 gastados en plataformas nacionales correspondieron a compras informales, cifra marginalmente superior al trimestre anterior. En contraste, en los canales internacionales, se estima que \$10 de cada \$100 gastados presentaron alguna irregularidad, mostrando una caída relevante frente a trimestres previos, consistente con la mayor formalización observada tras la aplicación del IVA en origen.

De esta manera, al analizar las compras en portales nacionales versus internacionales, los resultados evidencian que durante el cuarto trimestre de 2025 se estimó un gasto total de US\$3.045,6 millones en plataformas nacionales, un 13% superior a igual trimestre de 2024, de los cuales US\$228,8 millones habrían correspondido a compras informales, registrando un alza de 7% anual. Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó un estimado de US\$479,9 millones, un 31% más que en igual período del año anterior, explicado en gran parte por el fuerte adelantamiento de compras observado en octubre, previo a la entrada en vigor del cobro del IVA a todas las compras anteriormente exentas. Dentro de este total internacional, se estima que US\$47,9 millones correspondieron a compras con algún grado de irregularidad, lo que implica una caída de 27% al comparar con igual trimestre de 2024, mientras que las compras formales aumentaron 44% anual, concentrándose principalmente en noviembre y diciembre, meses en que la totalidad de las compras internacionales ya incorporó el pago de IVA.

Este comportamiento es consistente con la evidencia administrativa del Servicio de Impuestos Internos, que reportó una recaudación superior a US\$41,8 millones en IVA por compras internacionales de bienes durante los primeros meses de aplicación de la normativa, confirmando que la medida no solo incrementó la recaudación, sino que avanzó en la formalización del comercio digital transfronterizo, reduciendo significativamente la informalidad estimada en este canal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

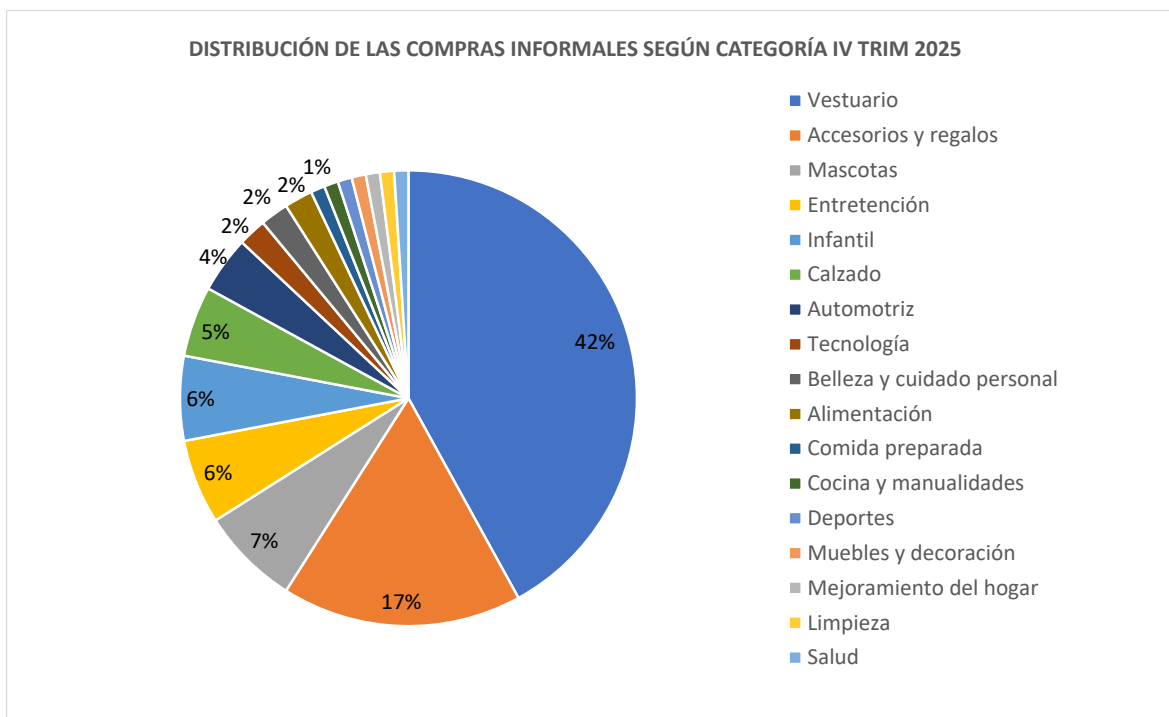


Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Análisis de la informalidad por categoría

### Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el cuarto trimestre del 2025, lo más demandado es Vestuario con un 42% de participación y subiendo 9 pp. frente a igual trimestre de 2024. Luego Accesorios y Regalos representa un 17%, subiendo 3 pp. en un año, seguido de Mascotas con un 7%, Artículos de Entretención y categoría Infantil con un 6% respectivamente.

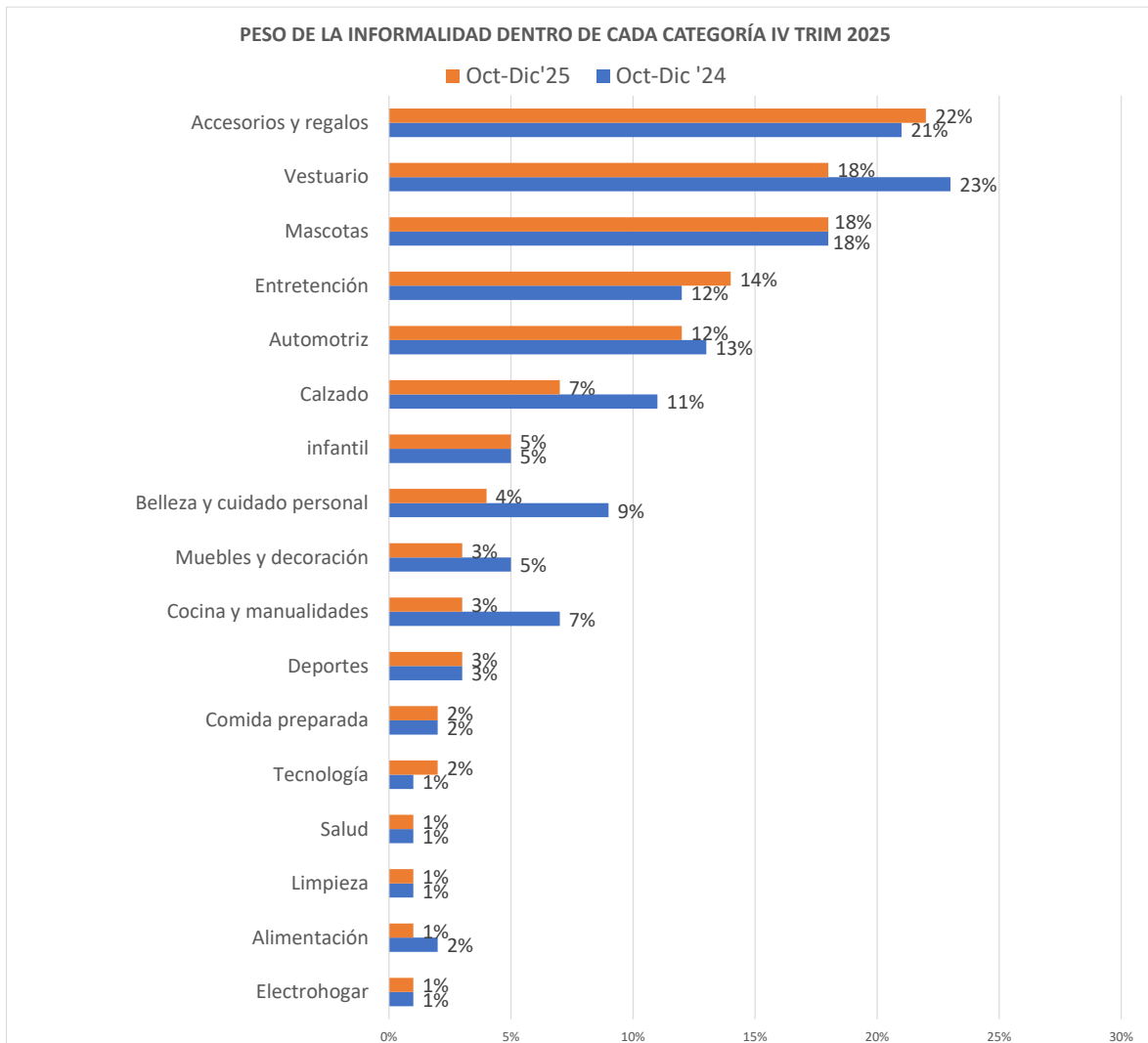


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Por su parte, al analizar el **peso de la informalidad dentro cada una de las categorías**, es decir, qué porcentaje de las transacciones dentro de cada una fueron informales, se evidencian diferencias según categorías, donde se refleja un leve aumento anual en la tasa de informalidad en Accesorios y Regalos, alcanzando un 22% y una fuerte baja en vestuario de 5 pp., en parte por la baja en la informalidad internacional donde vestuario es de las categorías fuertes en las compras transfronterizas.

Tasas de informalidad altas se registran también dentro de la categoría Mascotas con un 18%, Artículos de Entretención con 14% y Automotriz con 12%. Por su parte, Calzado baja su tasa de informalidad cayendo de 11% a 7%, al comparar con igual trimestre de 2024, y en Belleza y Cuidado

se estima que un 4% de las compras dentro de la categoría son informales, cayendo también significativamente frente a un año atrás.

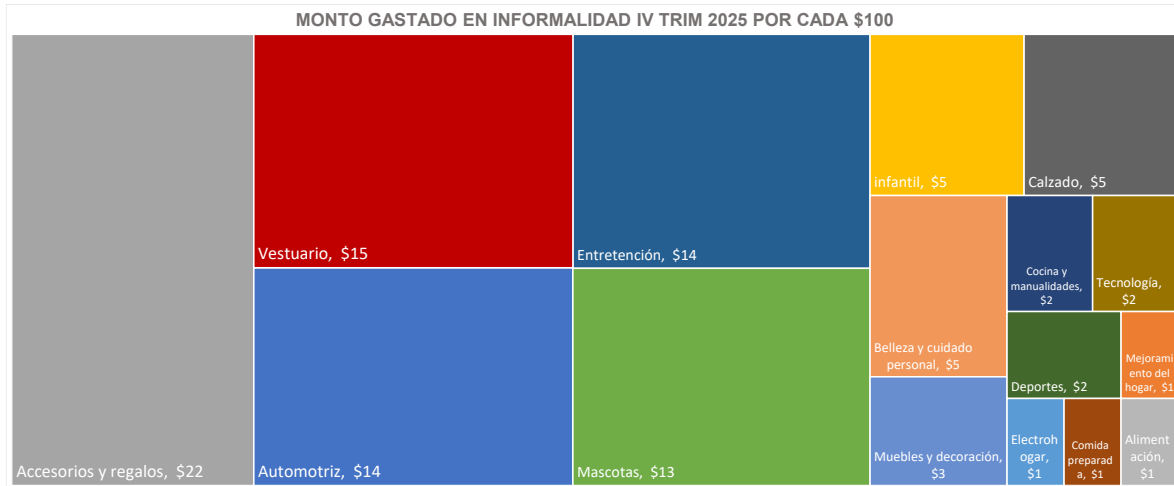


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### ***Monto gastado en compras informales por categoría***

Respecto al monto gastado en compras informales en cada categoría durante el cuarto trimestre del 2025, se evidencia una caída en la mayoría de estas, destacando las bajas en Vestuario y Calzado.

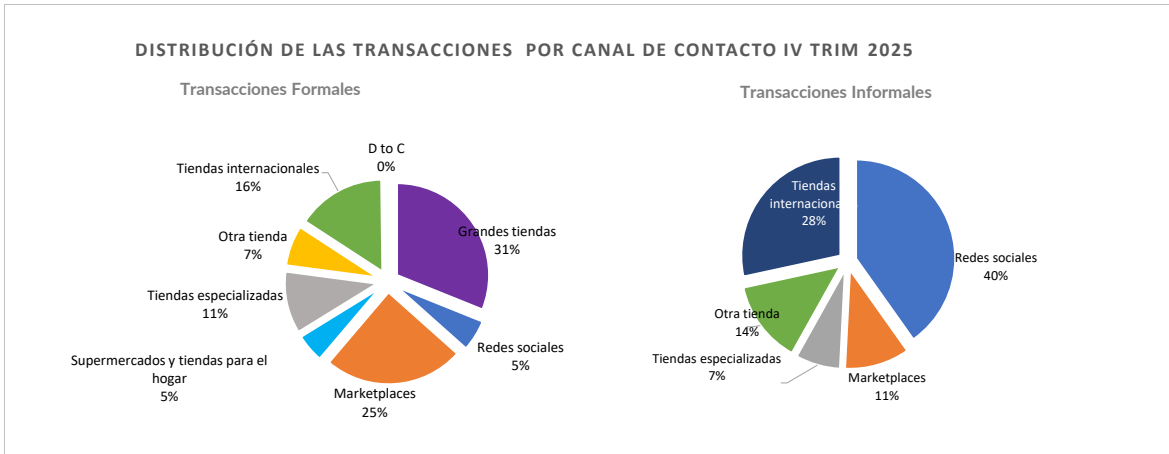
Sin embargo, pese a esta baja, sigue destacando Accesorios y Regalos, donde \$22 de cada \$100 se estima como gasto informal. Luego Vestuario con \$15 de cada \$100 y Automotriz, junto a Artículos de Entretención, donde \$14 de cada \$100 se estima que es gasto informal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

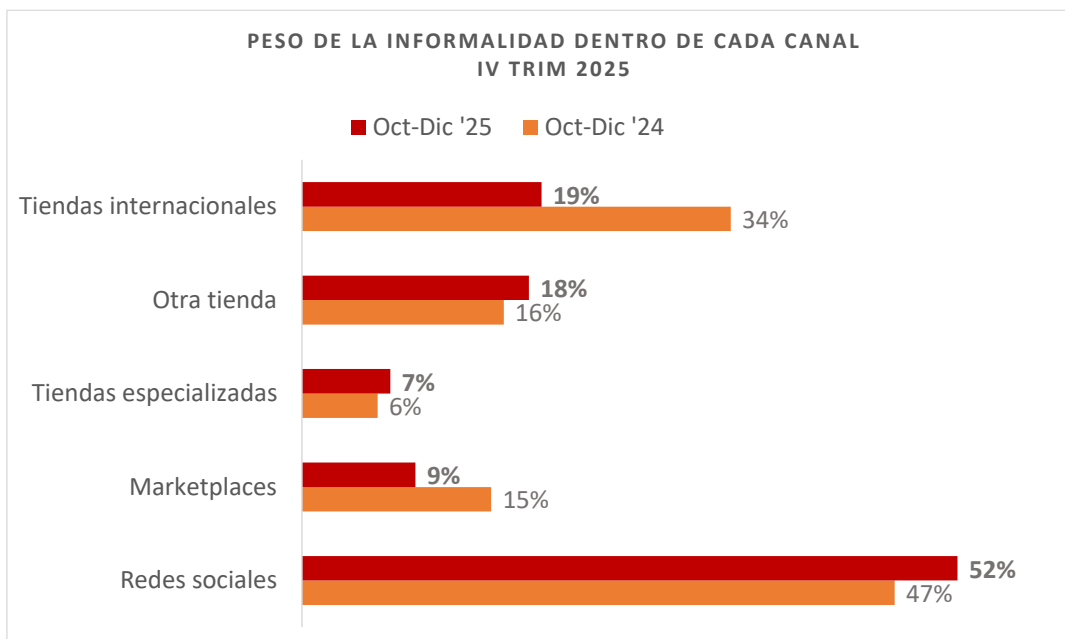
### Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el cuarto trimestre del año muestra un cambio respecto a los trimestres anteriores, con una baja en el canal internacional y un alza en el peso de las redes sociales. De esta manera un 40% de la informalidad digital son transacciones en redes sociales, 12 pp. más que en el tercer cuarto y 16,1 pp. sobre un año atrás, luego un 28% ocurre en plataformas internacionales, influido por la fuerte compra de octubre antes de empezar a regir la exención de IVA. Por su parte, los Marketplace concentran un 11%, cayendo frente al 2024, luego un 14% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y un 7% de tiendas especializadas.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

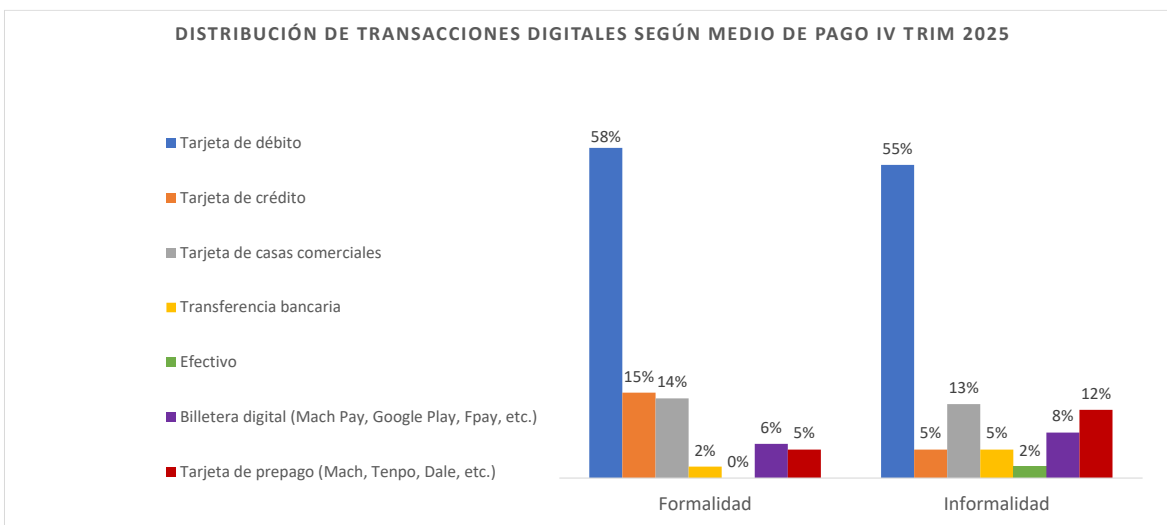
Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal de venta en el cuarto trimestre de 2025, es decir, el peso de compras informales por canal se evidencia que un 52% de las transacciones en las redes sociales son informales, aumentando frente a mediciones anteriores. Destacan la baja en plataformas internacionales, donde se estima que el 19% de lo comprado ahí tuvo algún grado de irregularidad en cuanto a su cumplimiento tributario al entrar al país, informalidad registrada previa a la entrada en vigor de la norma. Por su parte, también se ve una baja anual en Marketplaces, donde un 9% de las transacciones son informales dentro del canal, y una leve alza en “otras tiendas nacionales”.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Medio de pago

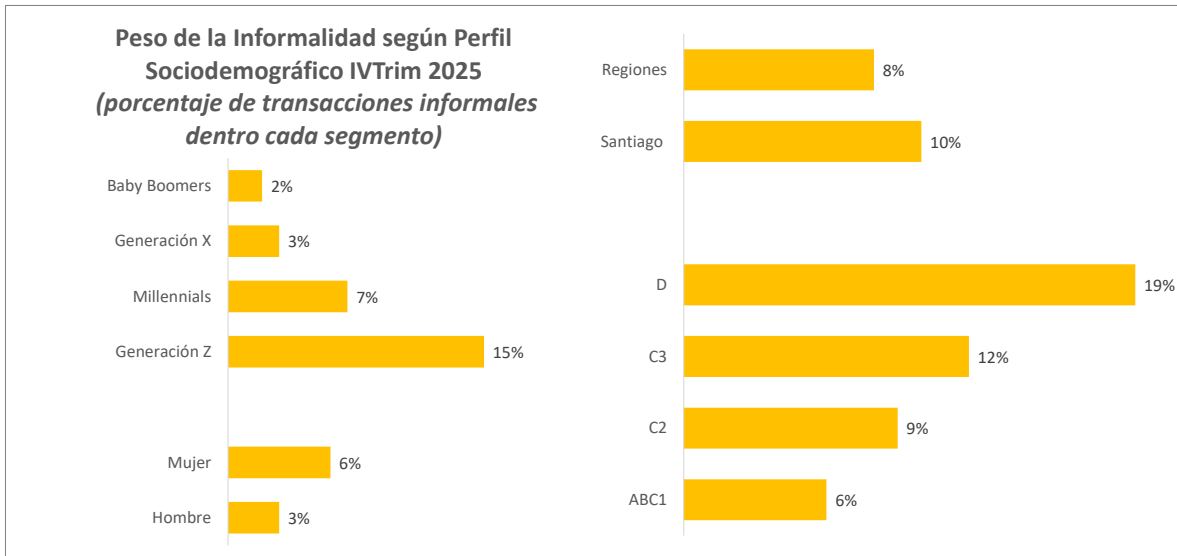
Respecto a la forma de pago en las compras informales, al igual que en las formales, la tarjeta de débito es la gran protagonista, con un 58% de participación en las transacciones formales, en línea con un año atrás, seguido de la tarjeta de crédito y de casas comerciales con 15% y 14% respectivamente. Luego, en la informalidad, un 55% de las transacciones se hacen con débito, subiendo 13 pp. su participación respecto a igual trimestre de 2024, mientras que el uso de tarjetas de crédito y transferencias bajan su participación en el ecosistema informal, alcanzando un 5% de participación cada uno.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perfil Sociodemográfico de las compras informales

Según perfil sociodemográfico las mayores tasas de informalidad están en las mujeres, 6% versus 3% en los hombres, y por edad aumenta en las generaciones más jóvenes, alcanzando un 15% en la generación Z, probablemente ligado al mayor uso de redes sociales. Por su parte, por nivel socioeconómico, a menor nivel mayor es el peso de la informalidad, llegando a 19% en las compras del nivel socioeconómico D, aumentando de esta manera la tasa de informalidad en los niveles más bajos comparado con un año atrás.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## **CONCLUSIONES**

Los resultados del cuarto trimestre de 2025 confirman que la informalidad digital se mantiene como un fenómeno persistente dentro del comercio electrónico, con niveles que no logran reducirse pese al mayor dinamismo del canal. En el período, se estima que algo más de un 8% de las transacciones online fueron informales, representando cerca de \$9 de cada \$100 gastados en e-commerce, lo que en magnitud implica montos relevantes para el sector y para la recaudación fiscal

Un resultado clave del trimestre es la fuerte diferenciación entre informalidad nacional e internacional. Mientras la informalidad en plataformas nacionales se mantiene elevada, en el canal internacional se observa una caída significativa, asociada directamente a la entrada en vigor del cobro de IVA a las compras menores a US\$41, lo que modificó los incentivos y redujo los espacios de evasión. A nivel de categorías y canales, persisten focos relevantes en Vestuario y Accesorios, y se consolida el rol de las redes sociales como principal canal de informalidad digital

### **Principales causas**

La evolución reciente muestra que la informalidad digital responde de manera sensible a cambios regulatorios bien diseñados, como quedó en evidencia en el comercio transfronterizo. Sin embargo, en el mercado nacional persisten brechas normativas y operativas, especialmente en canales de venta menos regulados, que facilitan la entrada y permanencia de vendedores informales.

Asimismo, el mayor peso de la informalidad en redes sociales, en segmentos jóvenes y en niveles socioeconómicos más bajos sugiere que este fenómeno no se explica solo por evasión deliberada, sino también por barreras de acceso a la formalidad, menor educación financiera y una baja

percepción de riesgo, en un contexto donde los medios de pago digitales están plenamente incorporados incluso en transacciones informales.

### Desafíos futuros

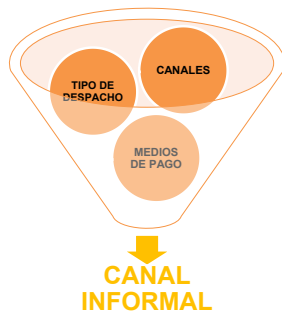
El principal desafío hacia adelante es evitar que la informalidad digital siga desplazándose hacia los espacios menos regulados, particularmente las redes sociales, replicando en el ámbito nacional los avances logrados en el comercio internacional. Para ello, será clave avanzar en regulación proporcional, mayor trazabilidad de las transacciones digitales y mecanismos de formalización simplificada, especialmente para microemprendimientos.

En este contexto, la informalidad digital debe abordarse como un problema estructural del ecosistema de comercio electrónico, que afecta la competencia leal, la recaudación y la protección del consumidor. Enfrentarla requiere una estrategia integral que combine fiscalización inteligente, incentivos a la formalidad y educación digital, de modo que la formalización sea una alternativa viable y atractiva, y no solo una exigencia administrativa

## ENFOQUE METODOLÓGICO

Para aproximarnos al dimensionamiento de la informalidad en el comercio on line en Chile, se toma un conjunto de variables levantadas desde el Panel & Tracking de e-commerce que permiten identificar las compras que se realizan fuera de los marcos del comercio establecido.

Para la nueva medición se consideró el periodo de octubre-diciembre 2025.



### FICHA METODOLÓGICA

FICHA METODOLÓGICA MEDICIÓN TRIMESTRAL 4600 CASOS SANTIAGO Y 3200 CASOS REGIONES REGIONES: IQUIQUE, ANTOFAGASTA, LA SERENA / COQUIMBO, VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR, RANCAGUA, GRAN CONCEPCIÓN, TEMUCO y PUERTO Montt. HOMBRES Y MUJERES 18 A 75 AÑOS - ABC1, C2, C3 Y D MARGEN DE ERROR 2,1% EN SANTIAGO Y 2,2% REGIONES